

\$aveMyBudget

TAPAUSTUTKIMUS · SYYSKUU 2026

Kelpaamattomien klikkauksien hinta kolmella toimialalla

Mitä verkkokaupat, paikalliset palveluyritykset ja B2B-liidien hankintatiimit maksavat klikkauksista, jotka eivät koskaan olisi ostaneet — ja kuinka paljon siitä on mahdollista saada takaisin. Luvut muunnettu USD:sta valuuttaan EUR EKP:n viitekurssilla 25. syyskuuta 2026 (1 EUR = 1,1403 USD).

Mitä ovat kelpaamattomat klikkaukset?

Googlen oma määritelmä: mikä tahansa klikkaus mainokseesi, joka ei tule henkilöltä, jolla on aito kiinnostus mainostamaasi kohtaan. Näistä ei ole tarkoitus maksaa. [1][2]

Automatisoitu

Botit, indeksointirobotit, klikkitechat ja "harhaanjohtava ohjelmisto" klikkaavat mainoksia laajassa mittakaavassa. Automatisoitu liikenne ohitti ihmisliikenteen ensimmäistä kertaa 2024: **51 %** kaikesta verkkoliikenteestä, **37 %** haitallisista boteista. [1][3]

Tahallinen

Ihmiset klikkaavat kasvattaakseen jonkun kuluja — kilpailijat tyhjentävät kilpailijan päivittäisen budjetin, tai julkaisijat klikkaavat mainoksia omilla sivustoillaan tulon toivossa. Google luokittelee molemmat kelpaamattomiksi. [1][2]

Vahinko

Tuplaklikkaukset, väärät kosketukset mobiilisijoittelussa, klikkaukset huonosta mainossijoittelusta. Ei aikomusta, ei ostoa, silti veloitus, jos se pääsee läpi. [1]

Miten Google käsittelee sen

Google suodattaa automaattisesti valtaosan kelpaamatonta liikennettä (yli 200 suodatinta, reaaliaikaisesti ja jälkikäteen) ennen laskutusta, ja lisää "kelpaamattoman toiminnan" hyvityksen myöhempään laskuun, kun se löytää lisää. [2][4] Kaikki, mitä sen järjestelmät eivät luokittele kelpaamattomaksi, laskutetaan tavallisena klikkauksena — ja juuri tätä aukkoa loppu tästä esityksestä mittaa. Mainostajat voivat pyytää manuaalista tutkintaa enintään 60 päivää vanhoista klikkauksista. [2][5]

Noin joka 12. maksettu klikkaus on kelpaamaton

8,5 %

keskimääräinen kelpaamattomien osuus 2,7 miljardista maksetusta klikkauksesta, kuudella mainosalustalla, elokuu 2024–heinäkuu 2025 (Lunio) [6][7]

11,4 %

keskimääräinen kelpaamattomien osuus Google Adsissa, 104 milj. klikkausta 43 701 tililtä, 6 kuukautta helmikuuhun 2026 (Fraud Blocker) — nousua vuoden 2010 5,9 %:sta [8][9]

Globaalit tappiot — arviot vaihtelevat menetelmän mukaan

Spider AF, toteutunut ...		33,1 mrd. €
Lunio, toteutunut 2025		55,2 mrd. €
Juniper Research, 2023		73,7 mrd. €
Juniper, ennuste 2028		151 mrd. €

Juniper: 22 % globaalista 335 mrd. € digitaalisen mainonnan kulutuksesta menetettiin vuonna 2023. [10][11][12][6]

Kelpaamattomien klikkausten osuus alustoittain, 2025 [6][13]

Google Search		5,2 %
Google (kaikki kanavat)		7,6 %
Meta		8,2 %
Microsoft / Bing		10,3 %
Google Display		12,0 %
X / Twitter		12,8 %
LinkedIn		19,9 %
TikTok		24,2 %

Riippumattomat todennusyritykset, jotka mittaavat jo suodatettuja yritysostoja, raportoivat huomattavasti alhaisempia osuuksia (IAS 1,1 %, DoubleVerify 0,5 % [14][15]); toimialajärjestö TAG asettaa suodattamattoman display-/videomainonnan IVT-osuudeksi 9,96 % [16]. Yllä olevat pk-yritysten hakumainonnan luvut ovat tässä esityksessä käsiteltyjen yritysten kannalta olennaisia. Kaikilla klikkihuijausten torjuntaa tarjoavilla toimittajilla on kaupallinen intressi; käytämme mahdollisuuksien mukaan kahta lähdettä, jotka ovat samaa mieltä.

Googlen hyvitykset verrattuna siihen, mitä riippumattomat työkalut havaitsevat

Samat tilit, samat klikkaukset, sama vuosineljännes. Googlen suodattimet tekevät suurimman osan työstä; loput laskutetaan tavallisina klikkauksina. [\[8\]](#)[\[17\]](#)[\[18\]](#)[\[19\]](#)

TOIMIALA (YHDYSVALTAIN GOOGLE ADS, Q1 2026 ELLEI TOISIN MAINITA)	GOOGLLEN ILMOITTAMA KELPAAMATON	RIIPPUMATTOMASTI HAVAITU	ERO (FRAUD BLOCKERIN MUKAAN)	OTOS
Kaikki toimialat	10,4 %	16,2 %	5,8 pp	48 milj. klikkausta, 23 000 kampanjaa, 37,2 milj. € kulutus
Lakiasiat	10,9 %	14,7 %	3,8 pp	50+ tiliä, 36 600 klikkausta, 321 000 € kulutus
Kotipalvelut (huhtikuu 2025–maaliskuu 2026)	8,6 %	12,5 %	3,9 pp	100+ tiliä, yli 1 milj. klikkausta, ~877 000 € kulutus
Rahoitus & vakuutus	5,9 %	11,4 %	5,5 pp	40+ tiliä, 365 000 klikkausta, 877 000 €+ kulutus

4–6 pp

kulutuksesta on ero Fraud Blockerin 2026 otoksissa — klikkauksia, jotka sen työkalu luokittelee kelpaamattomiksi mutta Googlen raportointi ei. 8 770 €/kk kulutuksella se tarkoittaisi 351–526 € kuukaudessa. [\[17\]](#)[\[18\]](#)[\[19\]](#)

+9,5 %

kelpaamattomia klikkauksia kuukaudessa estetty lisäksi Googlen omien suodattimien ohella Lunion asiakaskunnassa, säästään ~6,4 % kulutuksesta. [\[20\]](#)

<0,02 %

klikkauksista hyvitetiin jälkikäteen mainostajien ilmoitusten perusteella, Googlen vuoden 2007 lausunnon mukaan. Google ei julkaise nykyisiä kelpaamattomien klikkauksien tai hyvitysten kokonaismääriä; sen Ads Safety Report -raportit eivät kata niitä. [\[21\]](#)[\[22\]](#)

D2C Shopify-kauppa, 13 200 €/kk Google Search + Shopping –mainontaan

Mitä data kertoo vähittäiskaupasta

- Google Shopping –klikkaukset: **7,5 %** kelpaamatonta Q2 2026 (Lunio, 414 milj. vähittäiskaupan klikkausta) ja **7,9 %** (Fraud Blocker) — kaksi toimittajaa, sama luku. **[23][8]**
- Shopping-mainonnan kelpaamattomien osuus nousi **+80 %** Q4 2025:stä (4,2 %) Q2 2026:een (7,5 %); AI Max –kampanjoissa on 72 % enemmän kelpaamatonta liikennettä kuin tavallisessa hakumainonnassa. **[23][24]**
- Vähittäiskauppa kokonaisuudessaan: 6,0 % (Lunio 2025) – 18,3 % (Fraud Blockerin asiakasdata). **[6][9]**
- Hakumainonnan mediaaniklikkihinta: Shopping/Lahjat 3,63 €, Vaatteet & korut 3,89 € (WordStream 2026). **[25]**
- 35,7 % Black Fridayn sivustokäynneistä tuli boteilta tai väärennetyiltä käyttäjiltä (CHEQ, 2021 — sivustoliikennettä, ei maksettuja klikkauksia). **[26]**

Julkaistut tapaukset

- **Sparkles.io** (D2C-personoidut tuotteet, yli 1 milj. €/v hakumainontaan): kelpaamattomia klikkauksia oli 66 000 yhdessä vuosineljänneksessä; säästöt 382 000 € vuonna 2022, 548 000 € vuonna 2023. **[27]**
- **Take Some Risk** (verkkokauppatoimisto): 40 % puhtaampaa liikennettä, **26 300 €/kk** säästöä. **[28]**
- **Motogolf.com** (golfvälineiden verkkokauppa): kilpailija tyhjensi päivittäiset budjetit manuaalisesti; kanteessa väitetty summa yli 4 380 €. **[29]**

Havainnollistava malli — omat oletuksemme, lähteistetyt osuudet

Kuukausikulutus (Haku + Shopping)	13 200 €
Yhdistetty kelpaamattomien klikkausten osuus (7 % — Haun 3,1 % ja Shoppingin 7,5–7,9 % välillä vähittäiskaupassa [23][8])	7,0 %
Kelpaamattomat klikkaukset kuukaudessa (brutto, ennen Googlen omia hyvityksiä)	921 €
Vuodessa	11 000 €
Googlen omien suodattimien hyvitys kattaa tyypillisesti ~50–75 % siitä, mitä riippumattomat työkalut havaitsevat [17][18][19] — oletetaan 60 %	≈ 6 580 €
Yhä laskutettuna, mahdollisesti vaadittavissa	≈ 4 470 €/v

Ohjattuna kelpaaviksi klikkauksiksi D2C-alan 3,3-kertaisella mediaani-ROASilla **[30]**, 11 000 € vastaisi ≈ 36 000 € liikevaihtoa. Kelpaamattomat klikkaukset ruokkivat myös Smart Biddingin signaaleja, joita hyvitykset eivät kumoja. **[31]**

438 000 €

Lunio oman mallin mukaan 8,77 milj. €/v vähittäiskauppias 5 %:n kelpaamattomien osuudella hukkaa noin 438 000 € vuodessa. **[23]**

Putkiliike / kotipalveluyritys, 4 380 €/kk Google-hakumainontaan

Miksi paikallismainonnassa virheet maksavat

- Mediaaniklikkihinta 2025–26: Putkityöt **9,20 €**, LVI 8,49 €, Kattotyöt 9,38 €, Sähköasentajat 10,68 €, Asianajajat 8,66 €, Hammaslääkärit 7,02 €. Kelpaamattoman klikkauksen hinta on lähes 2× kaikkien toimialojen mediaani (4,75 €). **[32][25]**
- Kotipalvelutilit: **12,5 %** havaittu kelpaamattomaksi vs. 8,6 % Googlen ilmoittama — 3,9 prosenttiyksikön laskutusero (~0,13 € klikkausta kohden). **[18]**
- Lakipalvelutilit: 14,7 % havaittu vs. 10,9 % sai hyvityksen. **[17]**
- 52 %:lla pienyrityksistä koko markkinointibudjetti on alle 877 €/kk — aamulla tyhjennetty budjetti on koko päivän liidit. **[33]**
- Kilpailijoiden klikkaaminen on todellista, mutta se on vain pieni osa kelpaamatonta liikennettä (~17 % Lunion 2021 erittelyssä; botit 38 %). **[34]**

Julkaistut tapaukset

- **Palace Plumbers** (Iso-Britannia, 12 työntekijää, 3 000 £/kk **≈ 3 480 €**): budjetti tyhjeni päivittäin klo 10–12 epäillyn kilpailijan toimesta; "pari tuhatta puntaa" (≈ 2 320 €) menetettiin ennen kuin asia huomattiin. **[29]**
- **Australialainen jätehuoltoyritys**: samat laitetunnisteet klikkasivat 5:tä 6:sta paikallisen kilpailijan mainoksesta; jäljitettiin kuudenteen. **[35]**
- **Rothenberg Law Firm**: 6 195 klikkausta estetty, 31 % puhtaampaa liikennettä, **59 600 €** säästöä. **[36]**
- **Kiinteistönvälitysyritys** (yli 40 sivustoa): keskimäärin ~10 % kelpaamatonta, yksi San Antonion välittäjä ~40 %:ssa. **[37]**

Havainnollistava malli — omat oletuksemme, lähteistetyt osuudet

Kuukausikulutus	4 380 €
Klikkejä 9,20 € hinnalla [32]	≈ 477
Kelpaamattomia klikkauksia 12,5 % [18]	≈ 60 / kk
Kelpaamattomat klikkaukset kuukaudessa (brutto, ennen Googlen omia hyvityksiä)	548 €
Vuodessa	6 580 €
Googlen omat hyvitykset 8,6 % [18]	≈ 4 530 €
Yhä laskutettuna, mahdollisesti vaadittavissa (3,9 pistettä)	≈ 2 050 €/v

Fraud Blockerin oma asteikko antaa saman tuloksen: 877 €/kk → 410 €/v, 4 380 € → 2 050 €, 8 770 € → 4 100 € hyvittämättä. **[18]** 113 € hinnalla putkiliidiä kohden **[32]**, 6 580 € vastaa noin 58 todellisen liidin hintaa vuodessa.

Vanhempaa toimialadataa — käsittele varoen

ClickCeasen 2019–20 pk-yritystutkimuksessa (1,8 mrd. klikkausta) lukkosepät 53 %, putkiasentajat 46 %, tuholaiistorjunta 62 % kelpaamatonta, kilpailijaklikkausten huippujen ollessa 81–88 % koronasulkujen aikana. Nämä luvut kierrätetään yhä "2026 tilastoina" toimittajien blogeissa; ne ovat kuusi vuotta vanhoja ja pandemian vääristämiä. **[38]**

B2B SaaS, 26 300 €/kk jaettuna LinkedInin ja Google-haun kesken

Mihin raha vuotaa B2B-mainonnassa

- Liidien hankintaan keskittyvät mainostajat näkevät **32 % enemmän** kelpaamatonta liikennettä kuin verkkokauppabrändit. [7]
- LinkedIn: **19,9 %** kelpaamatonta kaikilla toimialoilla; **15,3 %** IT- ja turvallisuusalan mainostajilla (64 milj. klikkausta, Q3 2025–Q1 2026), nousussa vuosineljänneksestä toiseen; 36 % pankki- ja lainatoiminnassa. Googlen yhdistetty osuus IT-alalla: 3,9 %. [13][40][41]
- Klikkihinta: LinkedIn 4,89–8,23 € (B2B House, Metadata); B2B-ohjelmistohakusanat 11,40–16,66 € Googlessa yhdessä julkaistussa tapauksessa. Liidin hinta: LinkedIn **177 €**, Google **460 €** (Metadata, 153 B2B-mainostajaa). [43][42][29]
- **25 %** liidilomakkeiden lähetyksistä on kelpaamattomia (Anura); **14,1 %** 4 miljoonasta B2B-demolomakkeen lähettäjistä hylättiin roskapostina tai kelpaamattomina (Chili Piper). [44][45]
- 69 % suorituskykymarkkinoijista raportoi väärää liidejä maksetuista kampanjoista. [46]

Julkaistut tapaukset

- **Canto** (B2B SaaS, DAM): kelpaamaton liikenne vei ennen suojausta **~59 100 €/kk**; sen jälkeen +307 000 € laadullista myyntiputkea ensimmäisten kahden kuukauden aikana. [47]
- **REVIEWS.io** (B2B-ohjelmisto): ~9 % kelpaamattomia klikkauksia 11,40–16,66 € klikkihinnalla; toistuvia kilpailijan klikkauksia yhdestä laitteesta kalleimmilla hakusanoilla. [29]
- **Nimetön LinkedIn-mainostaja**: 400 väärää liidiä 60 päivässä. [48]

Havainnollistava malli — omat oletuksemme, lähteistetyt osuudet

LinkedIn: 13 200 € × 15,3 % kelpaamatonta [40] **2 010 € / kk**

Google-haku: 13 200 € × 3,9 % kelpaamatonta [40] **513 € / kk**

Kelpaamattomat klikkaukset vuodessa (brutto, ennen alustan hyvityksiä) **30 300 €**

Väärää liidejä 25 % ~100 kuukausittaisesta lomakkeen täytöstä (yllä olevilla liidihinnoilla) [44][42] **≈ 25 / kk**

Myyntin aikaa väärrien liidien perässä juoksemiseen (CHEQ:n arvio: ~17 500 € myyjää kohden vuodessa) [49] **17 500 € / myyjä**

Suora + välillinen, yksi myyjä **≈ 47 900 €/v**

Vain Google Adsin osuus (~6 140 €/v brutto) kuuluu Googlen kelpaamattomien klikkauksien tutkinnan piiriin; LinkedIn hoitaa oman suodatuksensa eikä julkaise kelpaamattomien klikkauksien osuutta. [50] Suurempi B2B-kustannus on välillinen: 22 % markkinoitijohtajista sanoo, että kelpaamaton liikenne vahingoittaa eniten juuri CRM-dataa, ja B2B-myyntitiimit arvioivat 32 % CRM-datastaan olevan virheellistä. [51]

259 000 €

vuodessa hukkaan 4,38 milj. €/v rahoituspalvelualan mainostajalla 10,09 € klikkihinnalla — ≈ 778 000 € menetettyä liikevaihtoa 3:1 ROASilla (Lunio, 86 milj. klikkausta). [41]

Vaatimukset: miten prosessi toimii ja kuinka usein se kannattaa

Googlen kelpaamattomien klikkauksien tutkinta [2][5]

- **60 päivän** takautuva tarkasteluikkuna klikkauksen päivämäärästä.
- Jätetään Click Quality Form -lomakkeella tilin ylläpitäjän toimesta; vaatii klikkaustunnisteet (GCLID), IP-osoitteet, aikaleimat, hakusanat, ajanjakson ja mieluiten palvelinlokit.
- Google tarkistaa muutamassa arkipäivässä ja myöntää laskutushyvityksen — ei koskaan käteistä — myöhempään laskuun.
- Uutta vuonna 2025: Google Adsin Kelpaamattoman toiminnan hyvitysraportti näyttää hyvitettyt klikkaukset ja kulutuksen kampanjoittain. [52]
- Yleisin hylkäysperuste on riittämätön näyttö. [5]

SaveMyBudget toimii Googlen suodatuksen päällä. Googlen järjestelmät nappaavat suurimman osan; vaatimusprosessi on olemassa loppuosaa varten, ja se palkitsee näyttöä.

~5–10 %

itse jätetyistä vaatimuksista tai riitautetuista klikkauksista hyväksytty, kahden suojaustoimittajan kokemuksen mukaan; hyväksyttäessä 30–50 % pyydetystä summasta. Ei Googlen dataa. [5][53]

8–15 %

tarkastetusta kulutuksesta saatu takaisin, yhden mainosauditointiyrityksen mukaan, joka työskentelee täysien klikkilokien pohjalta (oma lehdistötiedote; yli 87,7 milj. € palautuksia väitetty vuodelle 2025). [54]

5,3 %

senioritason markkinoijista käyttää erillistä kelpaamattoman liikenteen torjunta-alustaa, vaikka 75,6 % sanoo menettävänsä siihen yli 5 % kuukausibudjetistaan. [55]

Ei dataa

— emme löytäneet riippumatonta selvitystä siitä, kuinka moni mainostaja on koskaan jättänyt vaatimuksen, tai onnistumisosuuksista. Google julkaisi viimeksi jälkikäteishyvitysten osuuden vuonna 2007 (<0,02 % klikkauksista). [21]

Näyttöaukko on onnistumisaukko

Toimittajat ovat yhtä mieltä yhdestä asiasta: itse jätetyt vaatimukset epäonnistuvat useimmiten näytön puutteen vuoksi, ja klikkikohtaisilla lokeilla tuetut vaatimukset näyttävät menestyvän paremmin. Google asettaa saman vaatimuksen — klikkaustunnisteet, IP-osoitteet, aikaleimat, lokit. Vaatimuksen onnistuminen on Googlen päätös. [5][53][54]

Kuinka paljon budjettia tuhlataan — kolme yritystä

	VERKKOKAUPPA (SHOPIFY D2C)	PAIKALLINEN PALVELUYRITYS	B2B-LIIDIEN HANKINTA
Kuukausikulutus (malli)	13 200 €	4 380 €	26 300 €
Kanava	Google Search + Shopping	Google Search	LinkedIn + Google Search
Kelpaamattomien klikkausten osuus	7,0 % [23][8]	12,5 % [18]	15,3 % LinkedIn / 3,9 % Google [40]
Mediaani-CPC	3,63 € [25]	9,20 € [32]	8,23 € / 5,15 € [42][25]
Kelpaamattomat klikkaukset vuodessa (brutto, ennen hyvityksiä)	11 000 €	6 580 €	30 300 €
Kelpaamattomien osuus budjetista (brutto)	7,0 %	12,5 %	9,6 %
Googlen omat hyvitykset kattavat (arvio, ~60 %)	≈ 6 580 €	≈ 4 530 €	≈ 3 680 € (vain Google-osuus)
Laskutettuna ja mahdollisesti vaadittavissa, vuodessa	≈ 4 470 €	≈ 2 050 €	≈ 2 460 € (Google) · LinkedIn ei kuulu piiriin
Piilokustannus	Smart Bidding koulutettu bottiklikkauksilla; ≈ 36 000 € liikevaihtoa, jos ohjattaisiin kelpaaviksi klikkauksiksi 3,3× ROASilla	Noin 58 todellisen liidin hinta vuodessa 113 € liidihinnalla	~25 väärää lomakkeen täyttöö kuukaudessa; ~17 500 € myyjää kohden vuodessa seurantatyöhön (CHEQ:n arvio)

6 580–30 700 €

vuodessa kelpaamattomia klikkauksia 4 380–26 300 € kuukausibudjeteilla, ennen Googlen omia hyvityksiä; noin 2 020–4 380 € siitä edelleen laskutettuna ja vaadittavissa. Mallit yllä.

10 500–13 200 €

vuodessa menetettynä tyypillisellä 8 770 €/kk Google Ads -mainostajalla (CHEQ); ClickCeasen pk-yritystutkimuksessa luku oli yli 13 200 € 7 890–8 770 €/kk kulutuksella. [56][38]

25 %

pienyritysten PPC-budjeteista tuhlaantuu kokonaisuudessaan (WordStream, 2013-tutkimus) — kelpaamattomat klikkaukset ovat vain osa laajempaa tehokkuusongelmaa. [57]

Seuraa, todista, vaadi — ei voittoa, ei palkkiota

SaveMyBudget toimii Googlen oman suojauksen päällä. Seuraamme jokaista maksettua klikkausta, kokoamme näytön, jota Googlen tutkinta vaatii, ja tiimimme tarkistaa ja jättää vaatimuksen. Google päättää.

1 · Seuranta

Yksi tunniste sivustollasi sekä vain luku - oikeudella oleva Google Ads -yhteys. Jokainen klikkaus pisteytetään yli 20 tunnistussäännön ja koko verkoston laajuisen tiedon perusteella — yhdessä tilissä kiinni jäänyt huijari liputetaan jokaiselle tilille.

2 · Näyttö

Klikkikohtainen näyttö — klikkaustunnisteet, IP-osoitteet, laitteet, ajoituskaavat — kootaan Googlen Click Quality Form -lomakkeen vaatimaan muotoon ja varmistetaan todellista laskutustasi vasten.

3 · Vaatimus

60 päivän ikkunan sisällä tiimimme tarkistaa näytön ja jättää vaatimuksen. Google vastaa yleensä muutamassa päivässä. Kun Google vahvistaa hyvityksen, otamme siitä 25 %. Jos se hylkää vaatimuksen, et maksa mitään.

25 %

jokaisesta hyvityksestä, jonka Google vahvistaa. Seuranta, kojelauta, näyttö ja jättäminen ovat maksuttomia. Ei veloitusta alle 10 \$:n summista.

Emme lupaa palautuksia — Google tarkistaa jokaisen vaatimuksen, ja sen suodattimet nappaavat jo valtaosan kelpaamatonta liikennettä. Se, mitä muutamme, on näytön laatu loppuosassa — juuri siihen itse jätetyt vaatimukset kaatuvat.

[5][53]

savemybudget.io

1. **Google Ads Help** — "Invalid clicks: Definition" (answer 42995). support.google.com/google-ads/answer/42995

2. **Google Ads Help** — "About invalid traffic" (answer 11182074), incl. investigation process and 60-day window. support.google.com/google-ads/answer/11182074

3. **Imperva / Thales** — 2025 Bad Bot Report (2024 data): 51% automated, 37% bad bots. Apr 2025. imperva.com/resources/resource-library/reports/2025-bad-bot-report/

4. **Google Ad Traffic Quality** — "How we prevent invalid activity". google.com/ads/adtrafficquality/how-we-prevent-it/

5. **Fraud Blocker** — "How to get a refund for invalid clicks from Google Ads" (vendor; ~10% approval, 30– 50% of amount). Upd. Jun 2026. fraudblocker.com/articles/how-to-get-a-refund-for-invalid-clicks-from-google-ads

6. **Lunio** — 2026 Global Invalid Traffic Report / "Click fraud statistics by industry" (2.7B clicks; 8.51%; \$63B). Jan 2026. lunio.ai/blog/click-fraud-statistics-by-industry

7. **MediaPost** — "Ad spend wasted on invalid traffic reached \$63B in 2025" (lead-gen +32% vs e-com). Jan 2026. mediapost.com/publications/article/412156/

8. **Fraud Blocker** — "Invalid click rate benchmarks for Google Ads" (104M clicks, 43,701 accounts; 11.4%; by campaign type). Feb–Sep 2026. fraudblocker.com/data/invalid-click-rate-benchmarks-for-google-ads

9. **Fraud Blocker** — "Click fraud statistics" (vendor data; retail 18.3%, legal 14.7%). Jun 2026. fraudblocker.com/data/click-fraud-statistics

10. **Juniper Research** — Digital Advertising Fraud whitepaper (\$84.2B 2023; \$172.3B 2028). Sep 2023. fraudblocker.com/wp-content/uploads/2023/09/Ad-Fraud-Whitepaper_Juniper-Research.pdf

11. **Search Engine Land** — "22% of digital ad spend lost to fraud in 2023". Sep 2023. searchengineintel.com/ad-spend-lost-ad-fraud-2023-432610

12. **Spider AF / Spider Labs** — 2025 Ad Fraud Report (\$37.7B; 5.1% programmatic). May 2025. spideraf.com/press-releases/spider-labs-releases-2025-ad-fraud-report-...

13. **Lunio** — "Invalid traffic rates by ad platform" (LinkedIn 19.88%, TikTok 24.2%, Meta 8.2%, Google 7.57%). 2026. lunio.ai/blog/invalid-traffic-rates-by-ad-platform

14. **Integral Ad Science** — Media Quality Report, 21st ed. (global IVT ~1.1%). Jul 2026. go.integralads.com/rs/469-VBI-606/images/AMER_MQR_21st_Edition_IAS.pdf

15. **PPC Land** — "DoubleVerify cuts fraud rate 24%" (0.5% SIVT Q1 2026). Jul 2026. ppc.land/doubleverify-cuts-fraud-rate-24-but-out-of-geo-ads-jump-12/

16. **TAG (Trustworthy Accountability Group)** — US Fraud Savings Report 2024 (9.96% unfiltered IVT; \$10.8B saved). 2024. tagtoday.net/pressreleases/tag-us-fraud-savings-report-2024-...

17. **Fraud Blocker** — "Click fraud in the legal industry" (14.7% vs 10.9%; \$10 CPC; \$4,560/yr). 2026. fraudblocker.com/articles/click-fraud/legal-industry

18. **Fraud Blocker** — "Click fraud in home services" (12.5% vs 8.6%; loss ladder). 2026. fraudblocker.com/articles/click-fraud/home-services-industry

19. **Fraud Blocker** — "Click fraud in finance & insurance" (11.4% vs 5.9%; \$12.80 CPC) and Q1 2026 Click Fraud Report (16.2% vs 10.4%). 2026. fraudblocker.com/articles/click-fraud/finance-industry/what-is-click-fraud

20. **Lunio** — "Google invalid clicks" (+9.5% blocked/month; 6.4% of spend). Sep 2025. lunio.ai/blog/google-invalid-clicks

21. **Google AdWords blog via WebmasterWorld** — "<10% of clicks filtered; <0.02% credited reactively". Mar 2007. webmasterworld.com/google_adwords/3267416-2-30.htm

22. **Google** — Ads Safety Reports 2023, 2024, 2025 (no invalid-click or credit totals published). services.google.com/fh/files/misc/ads_safety_report_2024.pdf

23. **PPC Land** — "AI Max shows 72% more invalid traffic in retail search, Lunio finds" (Shopping 7.51%; 414M retail clicks; \$500k model). Aug 2026. ppc.land/ai-max-shows-72-more-invalid-traffic-in-retail-search-lunio-finds/

24. **Search Engine Journal (Lunio partner content)** — "AI Max is sending retailers more invalid traffic". Aug 2026. searchenginejournal.com/partner-resources/ai-max-is-sending-retailers-more-invalid-traffic/

25. **WordStream / LocaliQ** — Google Ads Benchmarks 2026 (13,474 US campaigns, Apr 2025–Mar 2026; CPC & CPL by industry). 2026. wordstream.com/blog/2026-google-ads-benchmarks

26. **CHEQ** — "Bot Friday: a third of Black Friday shoppers were fake" (35.7%; \$368M). 2021–22. cheq.ai/blog/bot-friday-how-bots-and-fake-users-impact-retailers-on-black-friday/

27. **Lunio** — Case study: Sparkles.io (66,000 invalid clicks; €382k / €548k saved). 2025. lunio.ai/case-studies/sparkles-io

28. **ClickCease** — Case studies: Take Some Risk, Wit Digital, Oliverson & Huss, Mindesigns, Corkboard Concepts. clickcease.com/case-studies.html

29. **ClickCease** — "5 case studies of malicious competitor click fraud" (Motogolf, Palace Plumbers, REVIEWS.io, JustLaw). Jul 2020. clickcease.com/blog/5-cases-studies-of-malicious-competitor-click-fraud/

30. **Triple Whale** — Google Ads benchmarks for DTC (median ROAS 3.27; 21,000+ brands). 2026. triplewhale.com/blog/google-ads-benchmarks

31. **ClickCease** — "Can click fraud hurt performance even if some invalid clicks are refunded?" Apr 2026. [clickcease.com/blog/can-click-fraud-hurt-performance-even-if-some-invalid-clicks-are-refunded/](#)

32. **LocaliQ** — Home Services Search Advertising Benchmarks (3,211 US campaigns; Plumbing \$10.49 CPC / \$129 CPL; HVAC, Roofing, Electricians). 2025. [localiq.com/blog/home-services-search-advertising-benchmarks/](#)

33. **LocaliQ** — Small Business Marketing Trends Report 2026 (52% under \$1,000/mo). Feb 2026. [localiq.com/blog/small-business-marketing-trends-report-2026/](#)

34. **Lunio** — "Is competitor click fraud real?" (competitors 17% of click fraud; bots 38%). 2021, upd. [lunio.ai/blog/is-competitor-click-fraud-real](#)

35. **ClickCease** — "Competitor click fraud: a case study" (Australian waste-disposal firms). Feb 2020. [clickcease.com/blog/competitor-click-fraud-a-case-study/](#)

36. **ClickCease** — Case study: The Rothenberg Law Firm / [injurylawyer.com](#) (\$67,948; 6,195 clicks). [clickcease.com/case-studies/injury-lawyer.html](#)

37. **ClickCease** — Case study: Eric B. Preston real-estate sites (~10%; one realtor ~40%). [clickcease.com/case-studies/eric-preston.html](#)

38. **ClickCease** — "The State of Click Fraud in SME Advertising" (1.8B clicks, May 2019–May 2020; 14.1% avg; sector rates; \$15k+/yr SME loss). 2020. [clickcease.com/documents/The-State-of-Click-Fraud_bg_2c-.pdf](#)

39. **Google Local Services Help** — "About automated credits for invalid leads" (answer 15100654). [support.google.com/localservices/answer/15100654](#)

40. **PPC Land** — "LinkedIn drives the most bot clicks per ad dollar" (Lunio IT & Security report: LinkedIn 15.34%, Bing 11.63%, Meta 5.37%, Google 3.90%; 64M clicks). Jun 2026. [ppc.land/linkedin-drives-the-most-bot-clicks-per-ad-dollar-new-report-finds/](#)

41. **PPC Land** — "Banking ads lose \$295k yearly to fraud, Lunio finds" (86M clicks; LinkedIn 36.08%). Jul 2026. [ppc.land/banking-ads-lose-295k-yearly-to-fraud-lunio-finds/](#)

42. **Metadata.io** — 2026 B2B Paid Media Benchmark Report / "LinkedIn Ads cost for B2B" (\$57.6M spend; CPC \$9.39; CPL LinkedIn \$202, Google \$524). 2026. [metadata.io/benchmark-report-2026](#) · [metadata.io/linkedin-ads-cost-b2b](#)

43. **The B2B House** — LinkedIn Ads Benchmarks (CPC \$5.58–6.40; CPL \$15–350). Dec 2025. [theb2bhouse.com/linkedin-ad-benchmarks/](#)

44. **Anura** — Ad fraud statistics (25% of lead-gen form submissions invalid, 2024). 2025–26. [anura.io/fraud-tidbits/ad-fraud-statistics](#)

45. **Chili Piper** — Form Conversion Rate Benchmark Report (14.1% of ~4M B2B demo-form submitters disqualified). 2025. [chilipiper.com/post/form-conversion-rate-benchmark-report](#)

46. **Lunio** — "The cost of invalid traffic" (69.1% of performance marketers report fake leads). 2024–26. [lunio.ai/blog/cost-of-invalid-traffic](#)

47. **Lunio** — Case study: Canto (\$67,400/mo lost pre-protection; +\$350k pipeline). [lunio.ai/case-studies/canto](#)

48. **Spider AF** — "Fake leads are draining your LinkedIn Ads" (400 fake leads / 60 days). 2025. [spideraf.com/articles/fake-leads-are-draining-your-linkedin-ads-...](#)

49. **CHEQ** — "Fake lead fraud protection" (~\$20,000 and 550 hours per rep per year; ZoomInfo via CHEQ). 2023–24. [cheq.ai/blog/fake-lead-fraud-protection/](#)

50. **CHEQ** — "Eliminating invalid clicks on your LinkedIn campaigns"; ClickZ — "Does LinkedIn have an invalid click problem?" [cheq.ai/blog/eliminating-invalid-clicks-on-your-linkedin-campaigns/](#) · [clickz.com/does-linkedin-have-an-invalid-click-problem/46111/](#)

51. **PPC Land** — "B2B sales teams estimate 32% of their CRM data is flawed, Firmable finds" (incl. Lunio survey: 22.1% name corrupted CRM data as most damaging IVT effect). Sep 2026. [ppc.land/b2b-sales-teams-estimate-32-of-their-crm-data-is-flawed-firmable-finds/](#)

52. **Google Ads Help** — Invalid Activity Credit report (answer 16826168); Search Engine Land — "Google spotlights invalid click credits with new Ads help documentation". 2025. [support.google.com/google-ads/answer/16826168](#) · [searchengineland.com/...-479273](#)

53. **ClickPatrol** — "Google Ads refunds" (~5% of contested clicks historically approved). 2026. [clickpatrol.com/google-ads-refunds/](#)

54. **Business Wire** — Vaudit: Google Certified Click Auditor recovers 8–15% of audited spend; \$100M+ refunds processed in 2025. Dec 2025. [businesswire.com/news/home/20251203373872/en](#)

55. **Lunio** — State of Click Fraud Report 2026 (131 senior marketers; 75.6% lose >5%; 5.3% use a dedicated platform). May 2026. [lunio.ai/state-of-click-fraud-report-2026](#)

56. **CHEQ** — "Click fraud statistics 2023" (\$10k/mo advertiser loses \$12–15k/yr). Upd. Jan 2024. [cheq.ai/blog/click-fraud-statistics-2023/](#)

57. **Search Engine Land** — "Study finds small businesses waste 25% of their PPC budgets" (WordStream). Oct 2013. [searchengineland.com/study-finds-small-businesses-waste-25-percent-of-their-ppc-budgets-173917](#)

Further reading consulted: ANA Programmatic Transparency Benchmarks 2023–25 ([ana.net](#); [digiday.com](#)); Adalytics bot-filtration report, Mar 2025 ([adalytics.io/blog/prebid-bot-filtration](#)); Pixalate quarterly click-fraud benchmarks ([pixalate.com](#)); University of Baltimore / CHEQ "Cost of PPC click fraud" 2020 ([cheq.ai](#)); Alzahrani & Aljabri, "AI-Based Techniques for Ad Click Fraud Detection", J. Sensor & Actuator Networks 12(1):4, 2023 ([mdpi.com](#)); Gartner 2025 CMO Spend Survey ([gartner.com](#)). Currency: GBP and EUR converted at £1 = \$1.32 and €1 = \$1.14, [open.er-api.com](#), 28 Sep 2026.

Koottu 28.9.2026 · SaveMyBudget · [savemybudget.io](#)

12